

VITI 2015

WALLISER WEINBAUSTRATEGIE ZIELE MIT ZEITHORIZONT 2015

INHALT

1. Zusammenarbeit mit der HEC Lausanne
2. Die Ziele des Kantons Wallis
3. Rückblick auf die Etappen von VITI 2015
4. Vorstellung des Studienteils III (F7)
5. Stand der Dinge im Walliser Weinbau
6. Strategie mit Zeithorizont 2015

ZUSAMMENARBEIT MIT DER HEC LAUSANNE

Punkt 1

Verfasser der Studie: Prof. Bernard Catry

- Diplom HEC Paris und Dr. der Harvard Business School
- Honorarprofessor der HEC Lausanne, Wirtschaftlich-Wissenschaftliche Fakultät der Universität Lausanne
- Direktionsmitglied von Gallimard und Edipresse während 10 bzw. 7 Jahren.
- Experte von LVMH (Yquem, Moët, Krug, Vuitton) und Pernod Ricard (Jacobs Creek, Clan Campbell, Absolut)

EINLEITUNG

Punkt 2

Ziele des Kantons Wallis für den Weinbausektor

- **Informationen** und **Zahlen** bezüglich der Produktion, des Weinmarkts und deren Entwicklung sammeln.
- Gemeinsam mit der Branche eine kohärente Strategie definieren, um die Entwicklung und den **langfristigen Fortbestand des gesamten Walliser Weinsektors** sicherzustellen.
- Zusammen mit den Walliser Winzern und Weinproduzenten langfristig eine **Politik des Mehrwerts** anstreben.

RÜCKBLICK AUF DIE ETAPPEN VON VITI 2015

Punkt 3

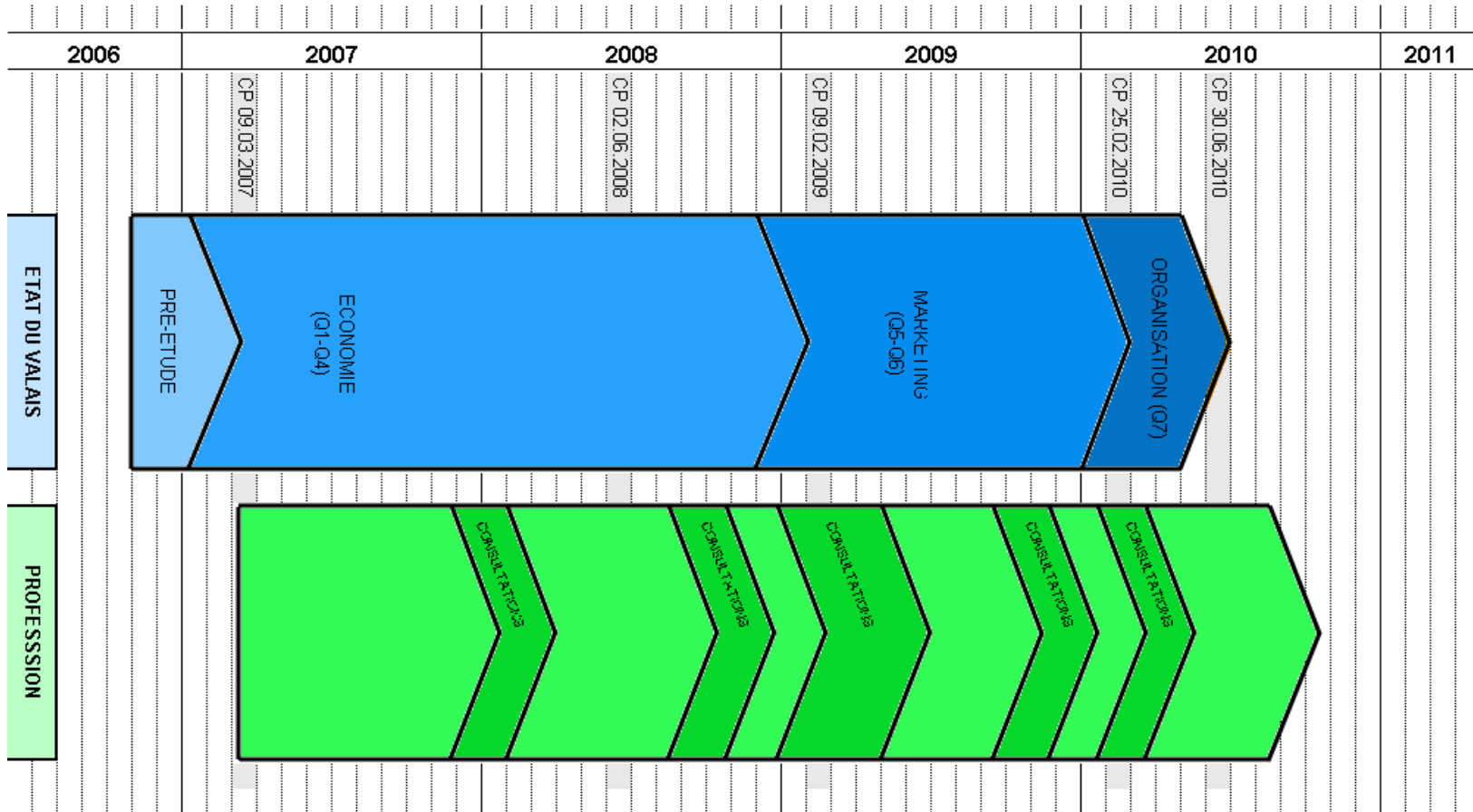
Teil I Ökonomische Analyse

Teil II Märkte und Marketing

Teil III Externe Effekte und
Gouvernance

RÜCKBLICK AUF DIE ETAPPEN VON VITI 2015

Punkt 3



INHALT

1. Zusammenarbeit mit der HEC Lausanne
2. Die Ziele des Staats Wallis
3. Rückblick auf die Etappen von VITI 2015
4. **Vorstellung des Studienteils III (F7)**
5. Standpunktanalyse des Walliser Weinbausektors
6. Strategie mit Zeithorizont 2015

INHALT

1. Zusammenarbeit mit der HEC Lausanne
2. Die Ziele des Staats Wallis
3. Rückblick auf die Etappen von VITI 2015
4. Vorstellung des Studienteils III (F7)
5. **Stand der Dinge im Walliser Weinbau**
6. Strategie mit Zeithorizont 2015

MARKTENTWICKLUNG

Punkt 5

Die folgenden Quellen zeigen, dass der Markt die Walliser Vormachtstellung im Schweizer Weinbau bestätigt

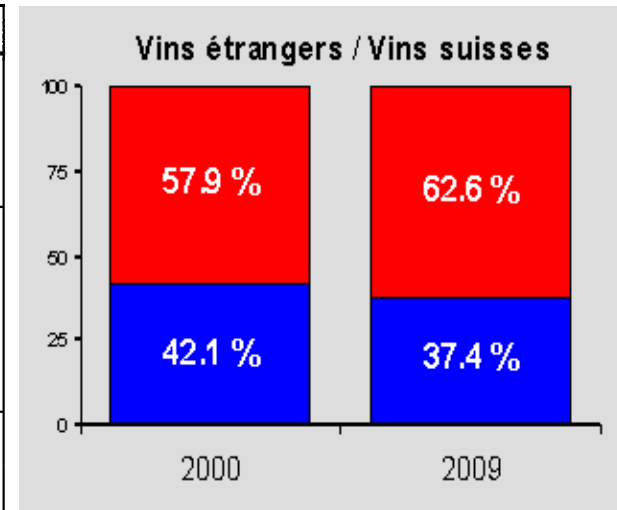
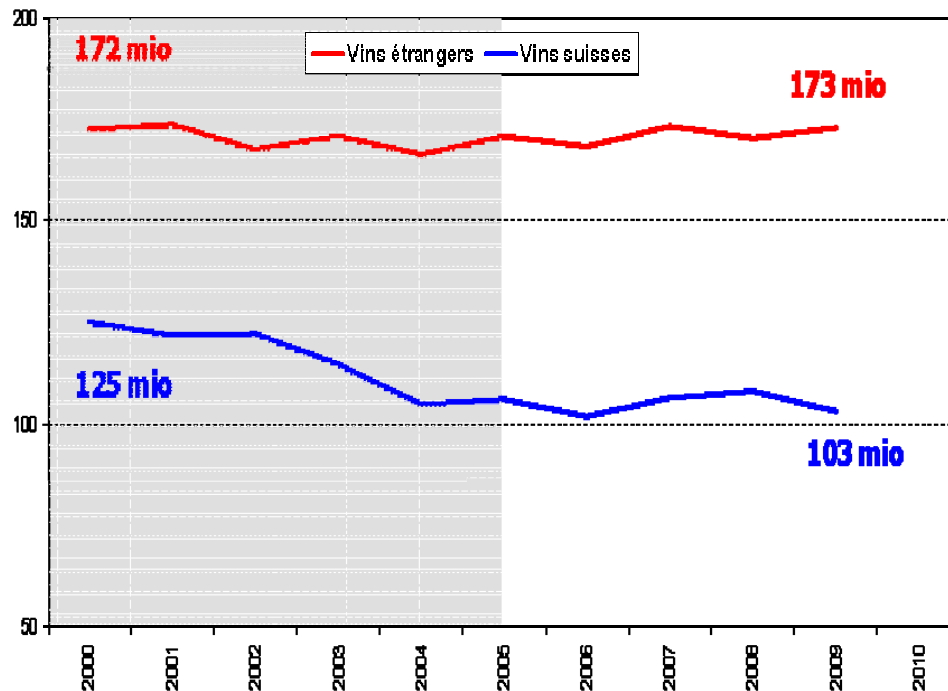
- Bericht des Bundesamts für Landwirtschaft
- Observatorium der Grossverteilerweine in der Schweiz
- Umsatz der Walliser Weinbranche
- Rebsortenbepflanzung des Walliser Weinbergs (Rebbergregister)

BERICHTE DES BLW

“DAS WEINJAHR” VON 2000 BIS 2009

Punkt 5

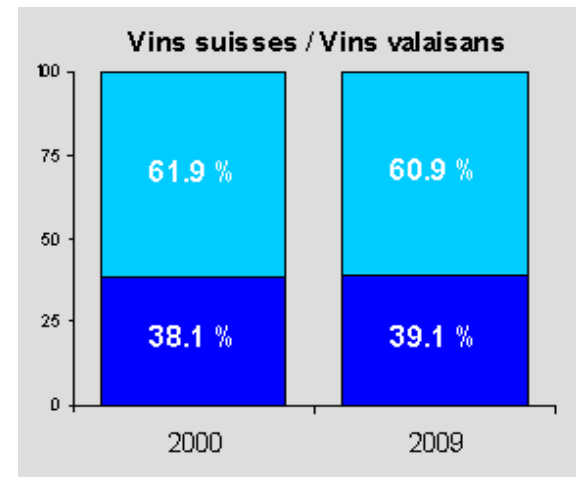
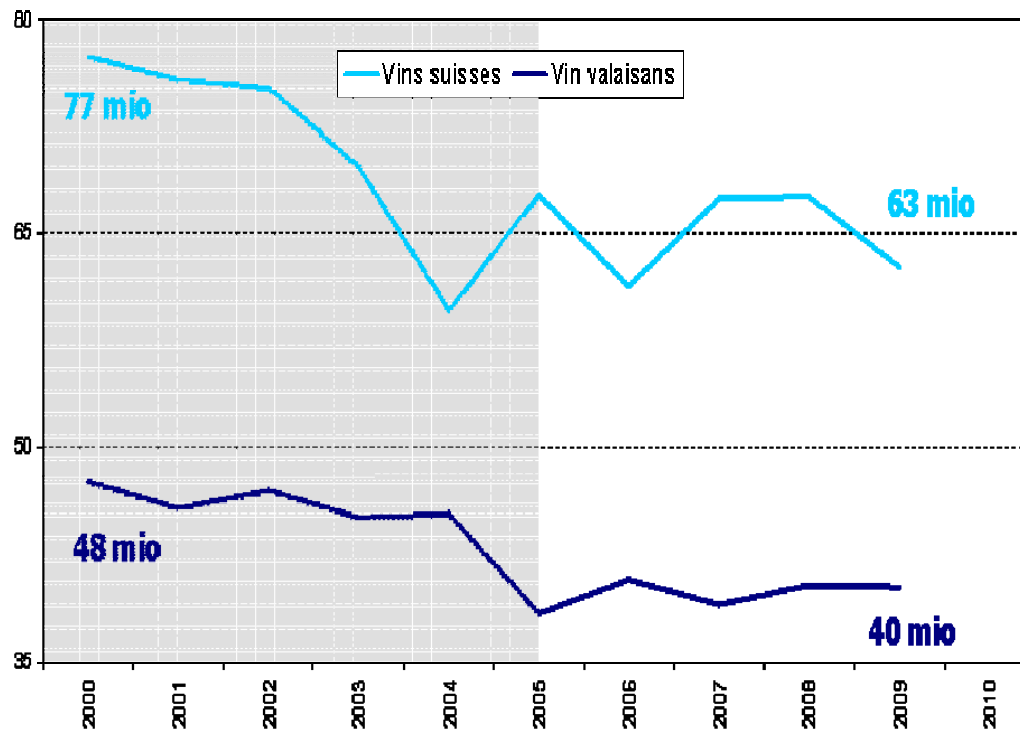
Konsumententwicklung der Schweizer und ausländischen Weine:
Stabilität der ausländischen Weine und Rückgang der Schweizer
Weine (10 Jahre)



BERICHTE DES BLW

Punkt 5 "DAS WEINJAHR" VON 2000 BIS 2009

Konsumententwicklung der Schweizer und Walliser Weine:
Rückgang der Schweizer und Walliser Weine (10 Jahre)



BERICHTE DES BLW

Punkt 5 "DAS WEINJAHR" VON 2000 BIS 2009

Konsumzuwachs um 4,9% der Walliser Weine seit 2005 (5)

Consommation de vin en Suisse entre 2005 et 2009

En millions de litres	2005	2009	Δ^{05-09}	en %
Tous les vins	276.8	275.7	- 1.1	- 0.4%
Vins étrangers	170.6	172.7	2.1	1.2%
Vins suisses	106.2	103.0	- 3.2	- 3.0%
Vins suisses (hors Valais)	67.8	62.7	- 5.1	- 7.5%
Les vins du Valais	38.4	40.3	1.9	4.9%

Source : OFAG, rapports des années viticoles 2005 et 2009

OBSERVATORIUM DER GROSSVERTEILERWEINE

Punkt 5

In einem an Bedeutung gewinnenden Vertriebskanal mag das Wallis seit 5 Jahren nicht nur seinen Volumenmarktanteil aufrechtzuerhalten, sondern auch seinen Wert und seine Preise zu erhöhen.

Evolution des prix moyens

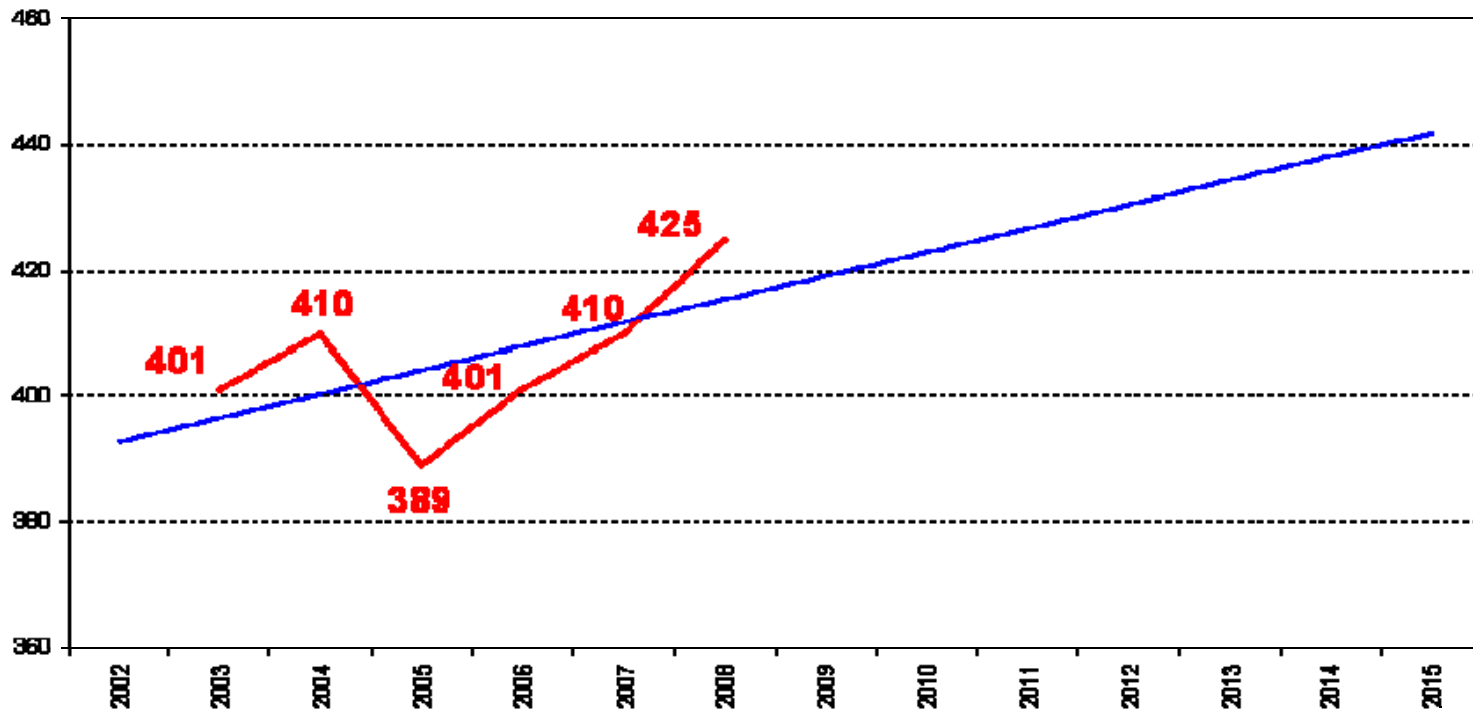
CHF/Litres	2005	2006	2007	2008	2009
CH sans Valais	9.99	9.64	9.72	9.88	10.32
Vins du Valais	10.47	9.75	10.31	10.76	11.13
Ensemble des vins CH	10.20	9.80	10.05	10.22	10.67

Source : *Etat du Valais, Observatoire des vins en Grande Distribution en Suisse*
Les prix sont corrigés de l'inflation (IPC. OFS 2009).

UMSATZ DER BRANCHE

Punkt 5

Evolution du chiffre d'affaires de la filière valaisanne



Source : Office cantonal de la viticulture, avril 2010

UMSATZ DER BRANCHE

Punkt 5

- Seit 2005 steigt der Umsatz jährlich um 3,1% und betrug im Jahr 2008 425 Millionen CHF.
- Das festgesetzte Umsatzziel von 440 Millionen CHF ist realistisch und ist bis 2015 umsetzbar.

DER WALLISER WEINBERG

Punkt 5

Evolution de l'encépagement du vignoble valaisan

En hectares	1999	2009	Δ^{99-09}	en %	1999	2009
Total	5'253	5'070	- 183	- 3,5%	100,0%	100,0%
Cépages blancs	2'240	1'915	- 539	- 24,1%	42,6%	37,8%
Cépages rouges	3'013	3'155	343	11,4%	57,4%	62,2%
Pinot Noir	1'850	1'694	- 156	- 8,4%	35,2%	33,4%
Chasselas	1'675	1'051	- 624	- 37,3%	31,9%	20,7%
Gamay	953	705	- 248	- 26,0%	18,1%	13,9%
Autres cépages	775	1'620	845	52,2%	14,8%	32,0%

Source : Office cantonal de la viticulture, registre des vignes au 31.12.2009

DER WALLISER WEINBERG

Punkt 5

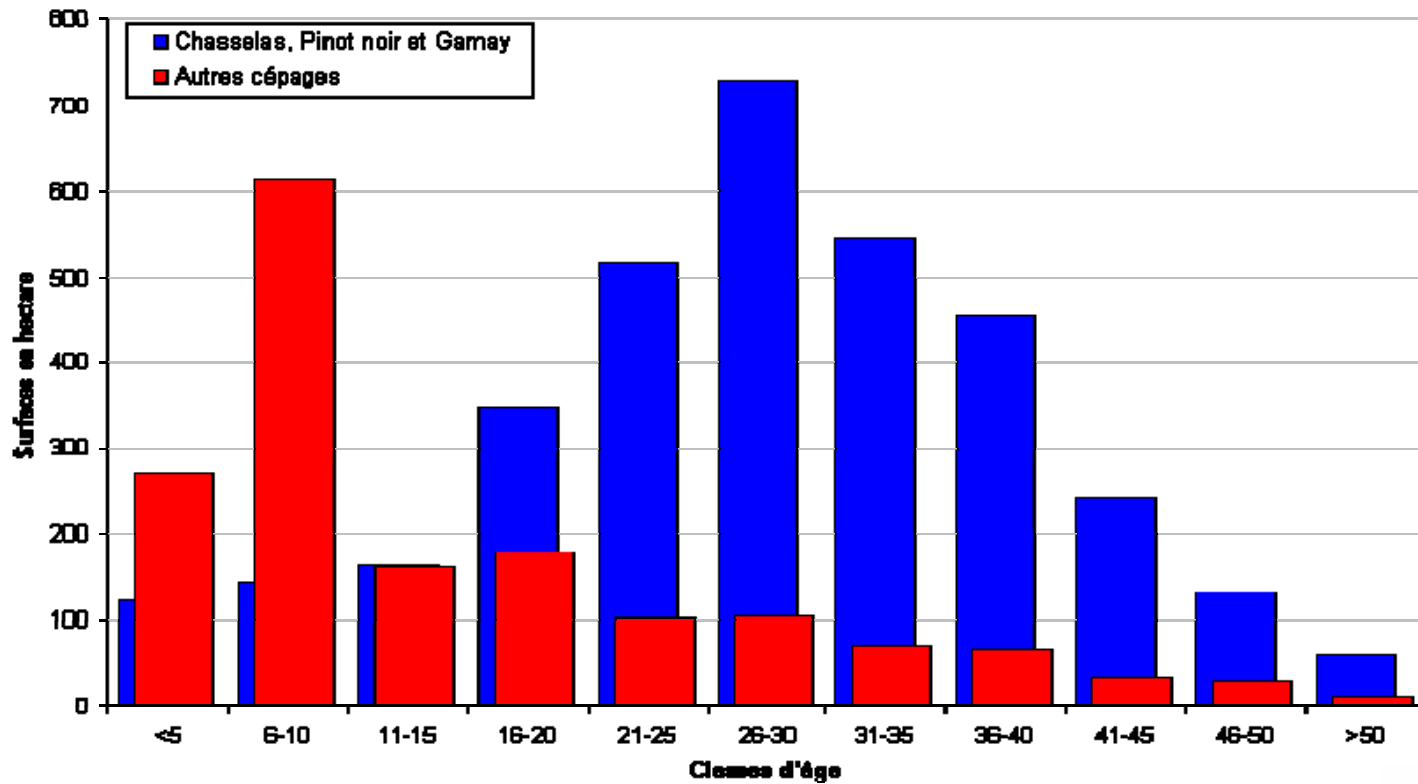
In den letzten 10 Jahren haben die Walliser Winzer und Weinproduzenten ca. 100 Millionen CHF ausgegeben, um den Sortenbestand des Weinbergs grossflächig zu **diversifizieren**:

- Der Rebberg ist mehrheitlich mit roten Rebsorten bepflanzt, welche 62% der Gesamtfläche ausmachen.
- Der Chasselas (32% in 1999) macht nur noch 21% der Rebsortenbepflanzung aus
- Zuwachs der «Spezialitäten» von 15% auf 32%

DER WALLISER WEINBERG

Punkt 5

Structure d'âge du vignoble valaisan



Source : Office cantonal de la viticulture, registre des vignes au 31.12. 2009



DER WALLISER WEINBERG

Punkt 5

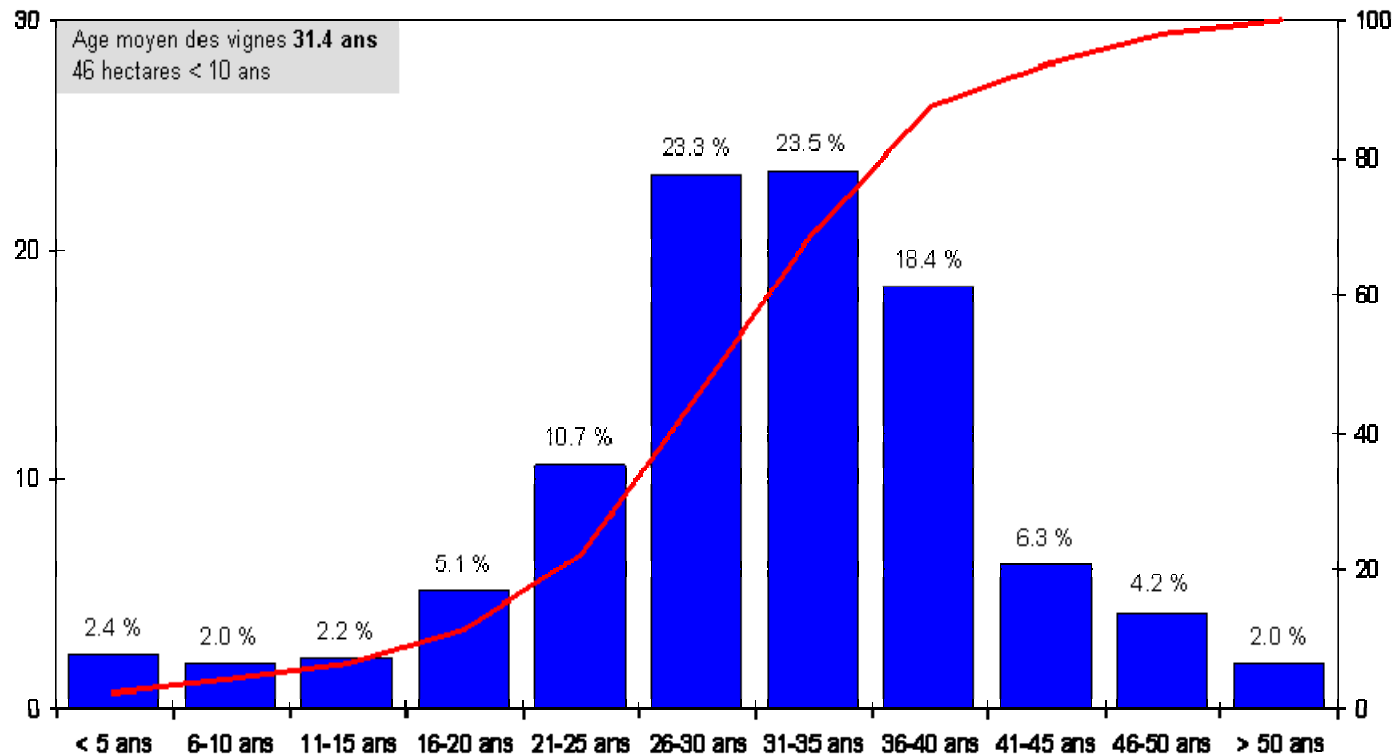
Die Weinbaubranche steht vor 2 **entscheidenden Herausforderungen:**

- Langfristig Rentabilisierung des in den «jungen» Reben (z.B. Arvine) investierten Kapitals
- Aufrechterhaltung einer leistungsfähigen und wirtschaftlichen Produktionsgrundlage für alle ihrer Rebberge (z.B. Chasselas)

DER WALLISER WEINBERG

Punkt 5

Structure d'âge du chasselas



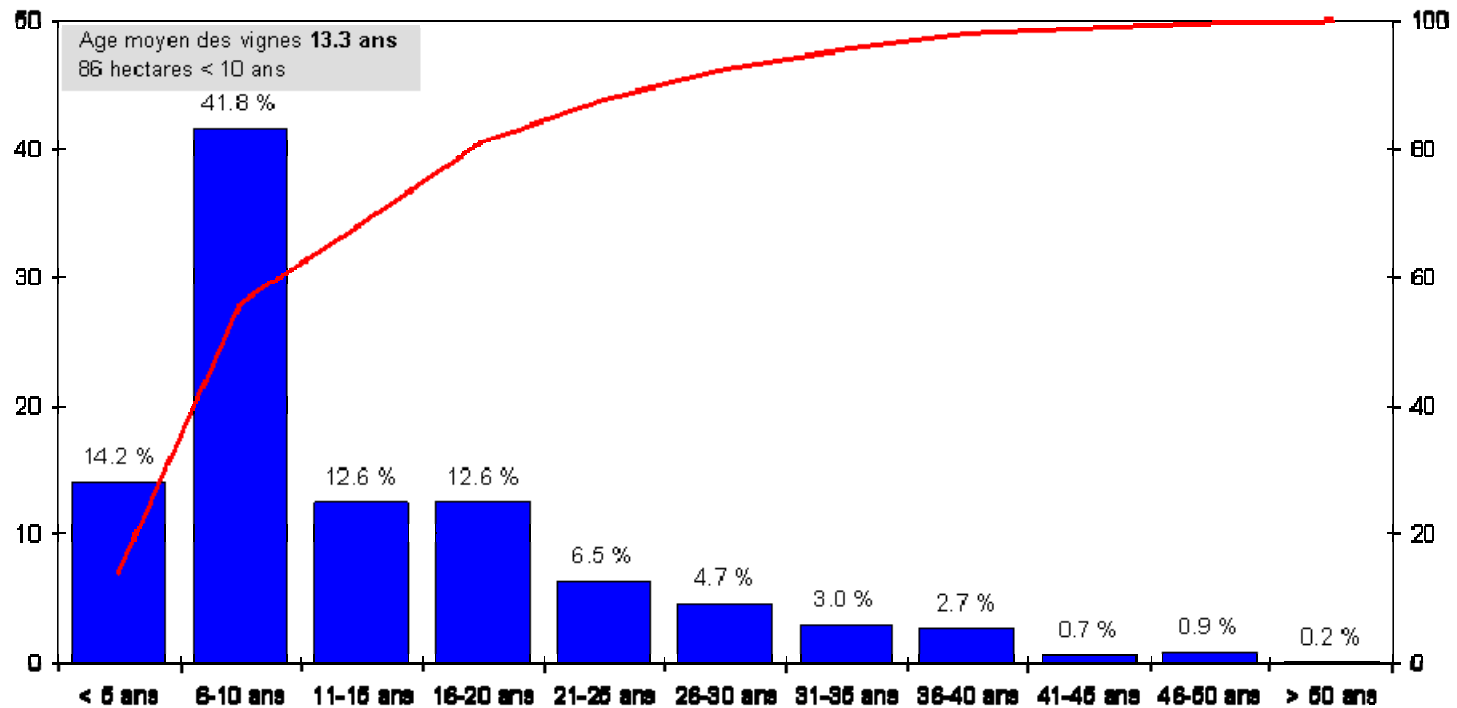
Source : Office cantonal de la viticulture, registre des vignes au 31.12.2009



DER WALLISER WEINBERG

Punkt 5

Structure d'âge de l'arvine



Source : Office cantonal de la viticulture, registre des vignes au 31.12.2009

SCHLUSSFOLGERUNGEN

Punkt 5

- Die im Rahmen der Studie VITI 2015 geschaffenen und neuartigen Analyseninstrumente liefern strategisch wichtige Informationen.
- Die verschiedenen Quellen zeigen, dass sich die Walliser Weine zurzeit in einer guten Lage befinden und dass unsere Marktanteile im Zeithorizont 2015 noch ausgedehnt werden können.

INHALT

1. Zusammenarbeit mit der HEC Lausanne
2. Die Ziele des Staats Wallis
3. Rückblick auf die Etappen von VITI 2015
4. Vorstellung des Studienteils III (F7)
5. Stand der Dinge im Walliser Weinbau
6. Strategie mit Zeithorizont 2015

ZIEL IM ZEITHORIZONT 2015

Punkt 6

Das Wallis :

Ein «Must» im Weinsektor auf europäischem Niveau.

FESTSTELLUNGEN

Point 6

Der Walliser Weinsektor ist :

- Eine Schlüsselbranche der Walliser Wirtschaft
- Ein starkes Element des Tourismus
- Eine nicht verlagbare Aktivität

STRATEGIE MIT ZEITHORIZONT 2015

Punkt 6

VITI 2015 schlägt der Weinbranche 3 Hauptachsen vor:

- **Wein:** ein attraktives Angebot von Qualitätsweinen
- **Region:** ein tadelloser Empfang und klare Strukturen
- **eine Partnerschaft** mit der Branche basierend auf gemeinsamen, erreichbaren und messbaren Ziele

STRATEGIE MIT ZEITHORIZONT 2015

Punkt 6

Erste Achse: DER WEIN

Ein attraktives Angebot von Qualitätsweinen

- «Qualität» vom Rebberg zur Flaschen bis zur Vermarktung
- Einsatz der Branche für die Qualität der Walliser AOC Weine
- Das Wallis hat alle Karten in der Hand, um seine Ziele zu erreichen.

STRATEGIE MIT ZEITHORIZONT 2015

Punkt 6

Zweite Achse: DIE REGION

Ein tadelloser Empfang und klare Strukturen

- Die Idee im Geist der einheimischen Konsumenten verankern « Wenn ich an Weine denke, denke ich an die Walliser Weine», aber auch « Wenn ich ans Wallis denke, denke ich an seine Weine »
- Das Potential des Weines als touristisches Produkt entwickeln: Aus dem Wallis soll ein « Weinland » werden.

STRATEGIE MIT ZEITHORIZONT 2015

Punkt 6

Dritte Achse:

Eine Partnerschaft mit der Branche basierend auf gemeinsamen, erreichbaren und messbaren Zielen:

- Mehrwert für die gesamten Walliser Weinbranche mit einem Umsatzziel von 440 Millionen CHF im Zeitraum 2015 anstreben
- Beibehalten und Weiterentwickeln von verlässlichen, objektiven und wissenschaftlichen Indikatoren
- Vorteile der Destination «Wallis» hervorheben.

UNTERSTÜTZUNGEN DES STAATS WALLIS

Punkt 6

- Hoher Einsatz von finanziellen und fachlichen Ressourcen zugunsten des Weinbaus.
- Zum Beispiel:
 - Förderung der **Ausbildung**: Investition von CHF 24,5 Millionen für die Landwirtschaftsschule und Beitrag an die Hochschule Changins.
 - Förderung der **Strukturverbesserung**: CHF 90 à 100 Fr. werden in den nächsten Jahren für die Trockenmauern ausgegeben.



ENGAGEMENT

Punkt 6

Die Unterstützungen des Staats Wallis

- Verstärkung der Werbemittel im Zusammenhang mit den 3 Hauptachsen.
- Ein «Must» im Weinsektor auf europäischem Niveau.

DIE NÄCHSTEN ETAPPEN

Punkt 6

- Branche schliesst sich den drei durch das Departement vorgeschlagenen strategischen Achsen an (bis Ende August 2010) .
- Festlegung eines Zeitplanes, der Ziele, Aufgaben, der Projekte und Verantwortung
- Public-private-Partnership Modell in Form eines Leistungsvertrages